



Études photographiques

20 | Juin 2007

La trame des images/Histoires de l'illustration
photographique

La photographie des typographes

Olivier Lugon



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1182>

ISSN : 1777-5302

Éditeur

Société française de photographie

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2007

Pagination : 100-119

ISBN : 2-911961-20-x

ISSN : 1270-9050

Référence électronique

Olivier Lugon, « La photographie des typographes », *Études photographiques* [En ligne], 20 | Juin 2007, mis en ligne le 17 septembre 2008, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1182>

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2019.

Propriété intellectuelle

La photographie des typographes

Olivier Lugon

- 1 Pour illustrer l'importance de l'édition dans l'histoire de la photographie, l'Allemagne des années 1920 peut constituer un bel exemple, tant l'imprimé joue un rôle majeur dans l'avènement de la Nouvelle Photographie. De László Moholy-Nagy à Albert Renger-Patzsch, d'Helmar Lerski à Moï Ver, nombre de ses représentants les plus éminents ont vu dans le livre la forme privilégiée pour diffuser leur œuvre, pendant que d'autres, plus nombreux encore, l'ont trouvée dans la presse. Or, ces publications imprimées ne se sont pas contentées de relayer passivement une Nouvelle Photographie qui se serait développée par ailleurs, comme pure image argentique. La plupart des grands ouvrages photographiques de la période tirent leur force d'un travail spécifique sur leur support éditorial – sur le rapport texte/image, la succession des pages, l'acte même de feuilleter un volume. Les journaux illustrés pareillement n'ont pas seulement servi à assurer la diffusion rapide de formules esthétiques développées en dehors d'eux, ils ont eux-mêmes offert un réservoir de modèles aux maîtres à penser du mouvement. On sait ainsi que le premier d'entre eux, László Moholy-Nagy, s'était constitué une collection d'images découpées dans la presse illustrée, allemande comme américaine, dont les rares fragments conservés donnent à voir le cliché dans son cadre éditorial, dans la force propre de la page publiée (*fig. 1*).
- 2 Loin de n'être que le réceptacle transparent de la Nouvelle Photographie, l'imprimé doit être considéré comme le principal espace où s'est épanouie celle-ci, laquelle a été foncièrement une photographie d'encre. C'est là le paradoxe fondamental du mouvement : alors que tout son discours théorique et promotionnel se fondait sur la célébration d'une prétendue conquête de l'autonomie du médium, sur l'avènement de la « photographie en soi », enfin libérée du joug de la peinture, cet avènement s'est joué en réalité sous l'emprise d'un nouvel ordre dominant, celui de la communication imprimée. Partant, il a dû beaucoup à ces nouveaux acteurs déterminants de l'économie des images que sont les graphistes et les typographes, qui ont occupé dans le mouvement un rôle en tout cas égal à celui des photographes, aussi bien dans la constitution de son discours

théorique que dans la prise en charge de sa promotion publique et institutionnelle – ce que j’aimerais rappeler ici.

Typophoto

- 3 Dès le départ, l’intérêt des avant-gardes allemandes pour la photographie concerne moins son essence argentique que sa version éditée. C’est en effet à travers le photomontage dadaïste qu’à la fin des années 1910, les premiers contacts avec le médium se font, soit à travers une forme qui se donne doublement comme un art de la reproduction imprimée : il est constitué pour l’essentiel d’images tirées de la presse, qui portent dans leur trame le fait d’avoir abondamment circulé, et il est conçu pour repartir lui-même dans ce circuit, être connu non comme original mais comme copie encrée, inséparable du texte, à travers une multitude de petits journaux éphémères.
- 4 Ce primat de l’imprimerie ne faiblit pas au début des années 1920, au moment où la mouvance dadaïste glisse petit à petit vers des pratiques plus constructivistes, marquées par la recherche d’un art fonctionnel, concrètement engagé dans la société, mieux adapté à l’industrie et à la diffusion de masse, déplacement entériné en 1922 par le Congrès international des artistes progressistes à Düsseldorf et le Congrès dada-constructiviste à Weimar. L’un des principaux domaines sur lesquels vont se concentrer les ambitions de cette nouvelle internationale constructiviste est en effet la typographie, qui semble incarner parfaitement cet idéal d’un art utile, collectif et standardisé, et qui, par rapport à l’architecture ou au design, se montre assez légère pour être pratiquée par des néophytes. Autour de la discipline se fédère rapidement un réseau international très actif, placé sous les diverses bannières de la Typographie constructiviste, de la Typographie élémentaire, de la Nouvelle Création publicitaire ou plus généralement de la Nouvelle Typographie¹. À l’exception de Jan Tschichold, principal activiste du réseau, qui a une formation de typographe professionnel, les autres sont des amateurs, la plupart issus des beaux-arts, comme Kurt Schwitters, autre cheville ouvrière du mouvement, des membres du Bauhaus comme Herbert Bayer, László Moholy-Nagy ou Joost Schmidt, ou encore Willi Baumeister, Max Burchartz, Walter Dexel, Cesar Domela, Hans Leistikow, El Lissitzky, Johannes Molzahn, Friedrich Vordemberge-Gildewart, etc.
- 5 Dès 1923, ils multiplient les manifestes (des typographes ont d’autant plus de raisons de le faire qu’ils sont l’occasion d’une démonstration en acte des préceptes énoncés dans le texte), jusqu’à une première anthologie collective en 1925, le cahier *Typographie élémentaire* édité par Tschichold et tiré à près de 30 000 exemplaires² (fig. 2). Leur doctrine commune appelle à ne travailler qu’avec les caractères standard de la casse ou de la machine à composer, à renoncer à tout ornement graphique autre que la flèche, le point ou le filet, à privilégier les polices sans empattements et les mises en pages asymétriques, et à s’en tenir pour les couleurs aux seuls noir et rouge, ainsi qu’à l’utilisation active du blanc de la page. Quant à l’illustration, le dessin manuel individualisé devrait désormais être remplacé par l’image mécanique objective : la photographie (fig. 3). Celle-ci émerge ainsi de façon très précoce dans leurs discussions, bien avant que ne se cristallise l’idée d’une “Nouvelle Photographie” qui ne prendra corps, elle, que dans les dernières années de la décennie et dont le livre qui va en être le déclic, *Peinture Photographie Film* de Moholy-Nagy, ne paraît que fin 1925.
- 6 Lui-même publie avant cela, entre 1923 et 1925, plusieurs essais sur la typographie dans lesquels, avant de se mettre sérieusement à manier l’appareil photo, il développe déjà ses

réflexions autour du médium³. Dans ses premiers articles, comme dans ceux de Schwitters, Burchartz ou Lissitzky à la même époque, toutes les qualités dont on aimera créditer la « photographie en soi » dans les années qui suivent sont déjà convoquées, mais dans la perspective de la page imprimée et d'une adaptation de l'illustration aux exigences de la typographie élémentaire. C'est ainsi que la nature mécanique du médium correspondrait à l'industrialisation générale de la branche graphique, sa production aisée et bon marché aux besoins d'une diffusion de masse des informations, son caractère impersonnel à la neutralité des polices sans empattements ou aux règles de standardisation liées aux nouvelles normes DIN (A⁴, A3, etc.). Surtout, sa précision et sa clarté descriptives répondraient à l'exigence centrale d'une communication améliorée, accélérée, dans laquelle l'évidence photographique garantirait tout autant que l'organisation efficace du texte ou l'abandon des majuscules une nouvelle vitesse de transmission des messages, une lisibilité accrue et un flottement minimal de la réception. Photographie et typographie élémentaire viendraient ainsi répondre ensemble aussi bien aux idéaux les plus généreux d'une langue accessible à tous (Moholy-Nagy convoque le modèle du hiéroglyphe, d'autres les recherches autour de l'écriture phonétique) qu'aux besoins plus pragmatiques d'une industrie publicitaire soucieuse d'efficacité et de concision du message – la recherche d'une sorte de rentabilisation du signe.

- 7 Cette solidarité fondamentale de l'imprimé moderne et de la photographie serait, selon Moholy-Nagy, favorisée par l'essor des procédés photomécaniques – il y inclut, selon les textes, la phototypie, la zincographie, la galvanoplastie, l'héliogravure, le cliché celluloïd durci à la lumière, la photocomposition –, dans lesquels il voit les agents d'une nouvelle fluidité entre expressions textuelle et visuelle. Elle serait également soutenue par la réorganisation du travail typographique, lequel refluerait de plus en plus de la composition en imprimerie à un agencement préalable de la plaque par montage, pouvant désormais être effectué au-dehors de ces ateliers – ce qui, en gros, deviendra le champ du graphisme (fig. 4). À cet art nouveau de combinaison du texte et de l'image en vue de l'impression, Moholy-Nagy donne un nom, la « typophoto », qu'il prétend avoir forgé en 1924 mais qu'il popularise surtout dans *Peinture Photographie Film*, en l'accompagnant d'une démonstration, « Dynamique de la grande ville » (fig. 5). La notion deviendra dès lors omniprésente dans les manifestations et les publications de la Nouvelle Photographie, suscitant des espoirs considérables. Moholy-Nagy va jusqu'à voir en elle le principal agent de transmission des idées à l'avenir, aux côtés des moyens électroniques tels que la radio ou la future télévision, une « nouvelle littérature visuelle » garante d'une communication non seulement plus immédiate et plus intense, mais aussi libérée de la linéarité de l'écrit au profit de l'espace multidirectionnel et simultané de la page, plus en phase avec la nature même de la pensée humaine.
- 8 Or, si la typophoto affirme un rapport d'égalité entre les deux constituants, texte et image, cette égalité même signifie une soumission du cliché à la grille typographique, puisqu'il faut bien l'y faire entrer pour jouer de leur concordance : Moholy-Nagy parle explicitement de « la photographie utilisée comme matériau typographique », de « phototexte » dans lequel les images pourraient venir à l'envi « se substituer aux mots »⁴. Jan Tschichold, qui s'approprie à son tour la notion, va plus loin encore en présentant la photographie comme « un caractère d'imprimerie, [...] un autre moyen optique du langage »⁵. Elle serait en bref un élément de la casse parmi d'autres, comme les lettres ou les chiffres, offerte comme eux à la discrétion des graphistes.

- 9 Cette subordination de la photographie à la création typographique va accompagner sa marche triomphale dans la seconde moitié de la décennie. Cela apparaît notamment dans la façon dont elle conquiert les revues culturelles, périodiques d'art, d'arts appliqués ou d'architecture, dans lesquels la visibilité croissante du médium va représenter, dans un premier temps, bien moins le triomphe des photographes que celui des graphistes. L'exemple de *Die Form*, organe du Werkbund, est significatif. Si, fin 1928, la revue décide de se doter d'une couverture avec photographie, ce n'est pas du tout pour encourager le travail des photographes, peu nombreux au sein de ce cercle, mais bien celui de l'« artiste moderne du graphisme publicitaire⁶ », le typographe, mieux inséré dans les structures de l'association. Pour cela, un concours est organisé, dans le cadre duquel les concurrents, parmi lesquels la crème des Nouveaux Typographes, Burchartz, Dixel, Leistikow ou Tschichold, sont amenés à puiser à leur guise dans le stock de photos déjà publiées et à en jouer en totale liberté afin de réaliser leur maquette : on coupe, on recadre, on retourne, on superpose les clichés. L'un des principaux critères qui conduit à retenir le projet de Dixel est justement la souplesse qu'il permet vis-à-vis du matériel photographique (fig. 6).
- 10 Cette situation de dépendance se retrouve dans les écoles, où là aussi, l'enseignement de la photographie se développe le plus souvent comme une excroissance des classes d'arts graphiques et de création publicitaire. C'est le cas au Bauhaus, où Joost Schmidt crée en 1928 un premier cours préliminaire de photo au sein de l'atelier de publicité, avant d'être relayé par l'enseignement plus spécifique de Walter Peterhans⁷ ; c'est le cas à la Folkwang schule d'Essen, où Max Burchartz intègre là aussi un apprentissage de la photographie dans le cursus de graphisme publicitaire⁸ ; c'est le cas enfin à la section d'arts graphiques de l'École des arts appliqués à Stuttgart, dirigée par Ernst Schneider, où en 1929 encore, cet enseignement a pour intitulé : « Classe de photographie comme complément des moyens de représentation publicitaire⁹ ».
- 11 Dans toutes ces institutions, il s'agit donc de se mettre à manier la photographie non pour elle-même, mais pour approvisionner une machine publicitaire désormais avide de ces images, l'apprenti graphiste devant apprendre à devenir son propre fournisseur afin d'être mieux servi que par un tiers. Bien des figures importantes de la Nouvelle Photographie viennent au médium par ce biais : Max Burchartz, Anton Stankowski, ou encore Herbert Bayer, qui dans un article de 1928, déclare : « Nous n'aurons [des images adéquates] que lorsque les graphistes maîtriseront la photographie et l'adapteront aux exigences publicitaires. Ce seront les experts en publicité qui, partant du but à atteindre, créeront eux-mêmes leurs images¹⁰. » Il n'est pas le seul à le penser puisqu'une revue spécialisée pour imprimeurs, *Offset-, Buch- und Werbekunst*, se fait l'écho de la formation de groupes photographiques au sein des associations professionnelles de typographes¹¹. En clair, la « marche triomphale de la photographie » dans l'imprimé, pour reprendre un titre du même numéro, n'a pas forcément été celle des photographes, perçus au contraire par certains graphistes comme des fournisseurs dont on aurait plutôt intérêt à se passer.
- 12 Tout cela traduit un rapport statutaire entre photographes et graphistes très différent de celui qu'on connaît aujourd'hui. Peut-être parce qu'ils ont une proximité directe à l'écriture, peut-être parce que leur pratique est plus proche du travail propre du bureau que des activités de plein air ou d'atelier, peut-être enfin parce qu'ils sont, à l'exception de Tschichold, issus de formations dans les beaux-arts ou l'architecture, et sont donc très au fait des usages de la communication culturelle autorisée et des rouages institutionnels, les représentants de la Nouvelle Typographie bénéficient d'un statut d'auteurs et d'intellectuels moins rapidement accordé aux photographes. Ils réussissent à s'imposer

comme des personnalités reconnues du monde culturel, qui prennent volontiers la parole, publient abondamment, multiplient les conférences, là où les photographes, à l'exception du non-photographe Moholy-Nagy, demeurent dans une position de retrait.

- 13 Surtout, les Nouveaux Typographes savent se fédérer, jusqu'à prendre soin, fin 1927, à l'initiative de Schwitters, de se regrouper officiellement en une association, le Cercle des "nouveaux créateurs publicitaires"¹². Ils comptent ainsi parmi les premiers acteurs du modernisme des années 1920 à chercher à se rassembler non plus seulement autour d'un programme esthétique ou idéologique, mais aussi à partir d'une définition corporative, suivis de près par les architectes, qui à l'été 1928 fondent les Congrès internationaux d'architecture moderne, les CIAM, puis d'une tentative avortée des cinéastes l'année suivante, avec le Congrès international du cinéma indépendant. Les représentants de ce que, dans ces mêmes années, on commence à appeler la Nouvelle Photographie – les Renger-Patzsch, les Sasha Stone, les Umbo et autres –, eux, ne vont jamais chercher à se fédérer ainsi autour d'une double communauté esthétique et professionnelle, à faire campagne ensemble, à unir leurs efforts dans des projets de textes, de livres ou d'expositions en commun.
- 14 C'est là l'un des traits les plus frappants, et les moins discutés, de l'avènement de cette Nouvelle Photographie allemande à l'extrême fin des années 1920 : à quel point les photographes y ont été peu actifs. Les milieux professionnels et les organes spécialisés considèrent pour l'essentiel avec mépris l'agitation soudaine des intellectuels et des artistes autour du médium, et même certains des premiers bénéficiaires de cet intérêt, comme Albert Renger-Patzsch, regardent avec distance, si ce n'est agacement, ce subit engouement. En réalité, ils n'ont guère besoin de s'y investir puisque leur promotion et leur parole sont dès le départ prises en charge par d'autres – au premier rang desquels non seulement les graphistes, mais aussi les historiens de l'art, deux corporations spécialisées dans le maniement des images et pour lesquelles nombre de ces photographes sont justement des fournisseurs¹³. Plus que tout autre, ce sont eux qui vont orchestrer le couronnement de la Nouvelle Photographie à travers les grandes expositions de 1928 et 1929.

Expotypophoto

- 15 La première d'entre elles, "Les Nouvelles Voies de la photographie" ("*Neue Wege der Photographie*"), au Kunstverein d'Iéna en 1928, est justement organisée par un commissaire qui a pour particularité de cumuler les deux casquettes, Walter Dexel, docteur en histoire de l'art et graphiste en vue, connu alors surtout pour son travail de signalisation urbaine et de typographie publicitaire. Un an plus tôt, il avait d'ailleurs commencé par consacrer une exposition à ses confrères du graphisme publicitaire, "La Nouvelle Réclame" ("*Neue Reklame*"), celle sur la photographie en formant le prolongement.
- 16 L'exposition d'Iéna ouvre la voie en 1929 aux deux manifestations majeures de la Nouvelle Photographie, "La Photographie du présent" ("*Fotografie der Gegenwart*") montée par le musée Folkwang à Essen avant une tournée en Allemagne (fig. 7), et surtout "Film et Photo", la fameuse "Fifo", organisée par le Werkbund à Stuttgart, qui connaît elle aussi une version itinérante. Son comité d'organisation, placé sous la direction d'un cadre du Werkbund, Gustav Stotz, est révélateur : pas un seul photographe, mais un triumvirat fait d'un historien de l'art, Hans Hildebrandt, et de deux graphistes, l'un occasionnel,

Bernhard Pankok, aussi architecte et décorateur, l'autre professionnel, Jan Tschichold. Cela ne manque pas de choquer Moholy-Nagy, pourtant peu enclin au corporatisme (« Je serais curieux de savoir si une exposition d'architecture serait possible sans que l'on interroge auparavant les architectes »), et qui réussira *in extremis* à décrocher l'organisation de la salle introductive, ni d'étonner Tschichold, qui se demande ce qui lui vaut l'honneur de sa nomination¹⁴. Sa présence se fait pourtant particulièrement sentir dans l'exposition, qui offre une large place aux travaux des Nouveaux Typographes, pour lesquels il prend soin d'activer son réseau international, les deux tiers des membres du Cercle des « nouveaux créateurs publicitaires » étant représentés à Stuttgart. La liste indicative des premières personnalités sollicitées, diffusée dès 1928, donnait clairement le ton : Baumeister, Bayer, Burchartz, Cyliax, van Doesburg, Heartfield, Lissitzky, Man Ray, Moholy-Nagy, Richter, Schlemmer, Schwitters, Stone, Teige, Tschichold – une très large majorité de graphistes et de photomonteurs, pour un seul photographe professionnel, Sasha Stone¹⁵. Au bout du compte, une grande partie des objets exposés à la « Fifo » ne seront pas des photographies, mais des imprimés publicitaires, des couvertures de livres, des affiches, tout comme dans l'album qui accompagne la manifestation, *foto-auge*, rassemblé également par Tschichold, où plus d'un tiers des planches est en fait réservé à des œuvres de montage ou de typophoto (voir fig. 8). Cette acceptation si large des formes de l'imprimerie dans la grand messe de la « photographie en soi » ne cesse pas d'étonner : alors même que la moindre retouche au pinceau est condamnée comme une atteinte à l'intégrité du médium, les caractères de plomb, les ciseaux et la colle sont comptés parmi les outils naturels de l'image argentique.

- 17 La prédominance du modèle graphique se fait sentir jusque dans l'accrochage, confié là aussi à un typographe, Ernst Schneidler. Autant ce sont les décorateurs qui avaient marqué les formes de l'exposition photographique au tournant du siècle¹⁶, autant ce sont désormais les graphistes qui prennent le dessus, et qui importent jusque dans la gestion de la cimaise les codes de la mise en pages. Certains organes architecturaux réagissent certes avec incompréhension, ce transfert de responsabilités paraît pourtant bien en phase avec des expositions dans lesquelles la plupart des images accrochées furent à l'origine produites pour la diffusion imprimée et non plus pour le mur.
- 18 Dès lors, là où la matérialité de l'étoffe dominait vingt ans plus tôt, c'est l'abstraction de la page blanche qui devient le modèle primordial. Suivant les principes de la Nouvelle Typographie, selon lesquels « les surfaces laissées en blanc ne doivent pas être considérées comme un fond passif, mais comme un élément actif¹⁷ », le mur vierge est désormais traité comme un espace positif. Il n'est plus un simple support qui reste en retrait, physiquement et statutairement, *derrière* une image que l'on ferait émerger dans son autonomie, il tend à refluer à son niveau pour composer avec elle une unité indissociable, telle qu'on la connaît dans le livre ou la revue. La cimaise devient ainsi une composition homogène, unifiée plus encore par l'usage récurrent de la grille. On sait ainsi qu'à la « Fifo », une même bande géométrique « compartimentée par de minces baguettes argentées » courait au long des salles, comme le ferait la trame graphique unifiée d'une maquette de journal¹⁸. De même, à « La Photographie du présent », dans son étape de Magdeburg en tout cas, la mieux documentée, et due elle aussi à un jeune loup du nouveau graphisme, Xanti Schawinsky, les clichés, quelles que soient leurs différences de format, de cadres ou de passe-partout, venaient se soumettre à un schéma géométrique continu fait de tiges de bois foncé (fig. 7 et 9). Cette prédominance de la grille compte parmi les traits distinctifs

de la Nouvelle Typographie, qui en joue surtout pour son potentiel unificateur. Dans les travaux sur papier, c'est particulièrement clair pour les pages d'annonces, où sa présence même proclame l'homogénéisation tarifaire de la page, mais c'est tout aussi valable pour l'organisation des pages rédactionnelles ou de typophoto, où là aussi, elle affirme l'égalité absolue des parties, quel que soit l'emploi qu'on en fera – un texte, un blanc ou une image (fig. 10). La grille surexpose ce qui fait la grande force de la photographie imprimée par rapport à son original argentique, ce pouvoir d'unification : quels que soient la nature et le format des images, elles sont comme lissées pour ne sembler que des variations dynamiques d'un objet toujours équivalent, soumis à une échelle commune, et peuvent dès lors s'installer, comme les lettres et comme les mots, dans une combinatoire généralisée. Les Nouveaux Typographes revendiquent cela comme l'une des clés de leur art : renoncer au dessin de lettres, d'images ou d'ornements toujours inédits pour ne travailler que sur des éléments standardisés, c'est forcément déplacer le lieu de la création graphique vers le montage libre de ces éléments donnés¹⁹. Ce sens de la combinatoire et cette liberté dans le maniement des clichés constituent sans aucun doute l'une de leurs contributions majeures à la Nouvelle Photographie, une photographie qui, même en exposition, même « en soi », est toujours tissée d'édition et de montage. Seuls des non-photographes comme Tschichold ou Moholy-Nagy, rompus depuis longtemps à l'assemblage d'images trouvées, ont pu faire entrer dans le milieu des photographes l'extraordinaire ouverture des champs qui caractérise le mouvement, la déhiérarchisation des registres, le foisonnement des formes et des genres – des traits que bien des photographes percevront, eux, comme l'avènement d'un invraisemblable bric-à-brac visuel et l'abdication de tous critères qualitatifs.

- 19 Un autre apport des typographes à ces expositions est la prééminence du texte. Celle-ci passe d'abord par le goût du titrage, qui rapproche la salle d'exposition d'une page de journal illustré, le titre partageant désormais, jusque dans les lieux de la contemplation, le même espace que le contenu qu'il introduit (fig. 11). À la "Fifo", ce modèle éditorial est encore renforcé par la présence d'agrandissements à effet d'accroche, résumant sous le titre, comme dans les images d'ouverture des reportages illustrés, un contenu thématique détaillé ensuite. Dans la salle Heartfield (fig. 12), on va jusqu'à reprendre à l'édition de presse la formule du titre courant, le mot "foto" revenant sur chaque paroi pour annoncer les différentes rubriques. Le spectateur doit désormais se repérer dans l'espace d'exposition avec la même facilité et la même rapidité qu'il feuillette un journal, à chaque paroi étant assignée, comme dans les pages d'un périodique, une catégorie thématique ou conceptuelle. L'exposition se transforme en un vaste *lay-out* en trois dimensions, dans lequel on n'hésite pas, en plus des titres, à mêler aux œuvres mots d'ordre, slogans et commentaires.
- 20 À la "Fifo", cette forte présence du texte se déployait surtout à travers des panneaux d'explication qui ponctuaient la bande d'images et dont l'importance inaccoutumée conférait à la présentation, selon certains critiques, un caractère éminemment bavard : « Encore et toujours, l'œil est attiré par des tables de loi noires, qui expliquent de façon pédante comment la photographie est passée d'une image statique à une image mobile, comment elle offre de nouvelles visions [...] »²⁰. » On est manifestement surpris, dans une exposition relevant de l'esthétique, que le commentaire, habituellement reporté dans le livret ou le catalogue, reflue pareillement sur le mur pour partager le même espace que les œuvres. Le régime de la contemplation est envahi par celui de la lecture ou de la leçon,

le spectateur n'étant jamais laissé seul face aux images, mais toujours assisté par un soutien didactique tel qu'il le trouverait dans le livre²¹.

- 21 Cette contamination de la scénographie par les techniques de l'édition et le régime de la reproduction imprimée, qui pourra conduire après-guerre, dans le champ photographique et didactique, à l'équivalence quasiment complète de l'exposition et du catalogue, s'est étendue depuis à toute la présentation muséale de l'art ou presque, inséparable désormais de cet arsenal de chapitres, titres et cartels explicatifs. Que cela soit passé par la photographie, médium de la reproduction, paraît naturel, mais en même temps hautement paradoxal pour une Nouvelle Photographie dont on ne cesse de vanter à l'époque sa supériorité vis-à-vis de l'écrit, son immédiateté inégalée, son émancipation des codes du langage – l'avènement d'une sorte de langue directe des objets. C'est qu'en réalité, les théoriciens du mouvement tendent à confondre deux idéaux contradictoires dans cette célébration de l'immédiateté, celui de l'enregistrement et celui de la communication, ce dernier souffrant plutôt du flottement sémantique propre à ce même enregistrement et gagnant précisément de l'appui d'un texte pour en stabiliser le sens. En clair, l'image qui était censée se substituer aux mots est au bout du compte plutôt celle qui, comme peu d'autres, les aura fait entrer dans l'art.

Phototypo

- 22 Mais si la Nouvelle Photographie est profondément marquée par la loi de la typographie, c'est aussi parce que celle-ci est pensée en retour dans son devenir photographique. Ce rapprochement fusionnel, Moholy-Nagy cherche d'ailleurs à le mettre en scène dans la forme même des panneaux de textes de la "Fifo", qui sont en réalité eux-mêmes des photos. Il y reprend une formule qu'il a pu mettre au point un mois plus tôt lors de l'exposition "La Nouvelle Typographie" ("Neue Typographie") à Berlin, exposition organisée par le Cercle des "nouveaux créateurs publicitaires", et pour laquelle il est chargé, comme à Stuttgart, de réaliser la salle programmatique. Il conçoit les deux projets de façon symétrique, sous un intitulé similaire ("Où va le développement de la typographie ?" à Berlin, "Où va le développement de la photographie ?" à Stuttgart) et dans une forme commune. Les panneaux berlinois ont miraculeusement survécu, conservés à la Bibliothèque d'art de la ville (fig. 13), et donnent une idée de l'étrangeté de ces objets, qui « s'avèrent des agrandissements photographiques négatifs de textes écrits à la machine, dont la forme extérieure donne autant à réfléchir que leur contenu²² ». Un autre commentateur parle d'« images de textes²³ », soit une forme photographique de l'écriture, dans laquelle les deux modes de communication seraient désormais fondus l'un dans l'autre. D'autres panneaux berlinois encore évoquent cet idéal, dont des tirages de grand format (50 x 65 cm) dans lesquels les livres, plutôt que d'être présentés sous forme imprimée, deviennent des photographies (voir fig. 14), ou une page glanée en magazine dans laquelle les deux éléments, le texte et l'image, viennent se confondre aux yeux du lecteur, incapable de lire sans contempler la photo, de la contempler sans lire (voir fig. 18).
- 23 Sur l'avant-dernier panneau explicatif de Berlin, Moholy-Nagy évoque sans la nommer la nouvelle technique d'imprimerie supposée parachever cette union : la photocomposition, soit une préparation de la plaque qui ne passerait plus par la composition au plomb, mais par la lumière et par une reproduction photographique des lettres, venant accomplir le vieux rêve caressé par Fox Talbot d'une « impression photographique ». Si cette technique ne s'imposera qu'après la Deuxième Guerre mondiale²⁴, elle fait déjà l'objet de

recherches dans les années 1920, qui passionnent évidemment les Nouveaux Typographes. C'est le cas du prototype de l'ingénieur hongrois Edmund Uher, l'Uhertype²⁵, pour lequel Joost Schmidt, par exemple, réalise prospectus et stand d'exposition au début des années 1930 et pour lequel Jan Tschichold développe même un alphabet spécifique, sorte d'“alphabet photographique” grâce auquel plus rien désormais ne séparerait matériellement texte et image (fig. 15 et 16). La typographie deviendrait un sous-ensemble de la photographie, tout comme la photographie est un sous-ensemble de la typographie.

- 24 Cet idéal d'une photographie du langage, ou d'une typographie de la lumière, Moholy-Nagy le met encore joliment en scène, toujours en 1929, dans la couverture de son livre sur la pédagogie artistique, *De la matière à l'architecture (von material zu architektur)*, qui s'amuse à marier écriture et projection lumineuse (fig. 17). De façon significative, enfin, il intitule l'une de ses dernières interventions publiques sous la République de Weimar, une exposition avec conférence et projection organisée deux mois avant la prise du pouvoir par les nazis, non plus “Peinture Photographie Film” ou “Film et photo”, mais “film – foto – typografie”, faisant réémerger ce terme sous-jacent pendant toutes ces années et confirmant ainsi que, loin d'être une sous-catégorie marginale de la Nouvelle Photographie, la « typophoto » en a plutôt été la condition générique.

NOTES

1. Le terme de “graphiste”, qui est fortement associé à la gravure en allemand, est peu utilisé alors. Je l'emploierai dans son acception française actuelle, soit pour désigner celui qui ordonne sur la page aussi bien le texte que l'image – ce que se proposent justement les Nouveaux Typographes.
2. D'après Jan TSCHICHOLD, *Eine Stunde Druckgestaltung. Grundbegriffe der Neuen Typografie in Bildbeispielen für Setzer, Werbefachleute, Drucksachenverbraucher und Bibliotheken*, Stuttgart, Verlag Wedekind, 1930, repris in “Typographie kann unter Umständen Kunst sein”. Ring “neue werbegestalter” 1928-1933. Ein überblick, cat. exp., Hanovre, Sprengel Museum, 1990, p. 124. Le cahier *elementare typographie* est un numéro spécial de la revue *Typographische Mitteilungen*, oct. 1925 ; il reprend des contributions de Natan Altman, Otto Baumburger, Herbert Bayer, Max Burchartz, El Lissitzky, László Moholy-Nagy, Molnár Farkas, Johannes Molzahn, Kurt Schwitters, Mart Stam et Jan Tschichold.
3. Cf. “Die neue Typographie”, in *Staatliches Bauhaus in Weimar 1919-1923*, Weimar/Munich, Bauhausverlag, 1923 ; “Zeitgemässe Typografie. Ziele, Praxis, Kritik”, *Gutenberg-Festschrift*, Mayence, 1925, p. 307-317, repris dans le numéro “Bauhaus” de *Offset-, Buch- und Werbekunst*, n° 7, 1926 ; “Typophoto”, in *elementare typographie*, op. cit.
4. László MOHOLY-NAGY, “Typophoto” (1925), in *Peinture Photographie Film*, trad. française de la 2^e édition de 1927 par Catherine Wermester, Nîmes, éd. Jacqueline Chambon, 1993, p. 106.
5. J. TSCHICHOLD, 1930, op. cit., p. 125.
6. “Der neue Umschlag unserer Zeitschrift”, *Die Form*, vol. 3, n° 13, 15 novembre 1928, p. 368.
7. Rolf SACHSSE, “Éloge de la reproduction. La photographie dans les écoles d'arts appliqués allemandes pendant les années 1920”, *Études photographiques*, n° 8, nov. 2000, p. 58.

8. *Ibid.*, p. 59-60, et *Film und Foto der Zwanziger Jahre : eine Betrachtung der Internationalen Werkbundaussstellung 'Film und Foto' 1929*, éd. Ute Eskildsen et Jan-Christopher Horak, Stuttgart, Hatje, 1979, p. 82-84.
9. *Internationale Ausstellung des Deutschen Werkbunds Film und Foto Stuttgart 1929*, reprint du cat. de 1929, éd. Karl Steinorth, Stuttgart, Deutsche Verlags-Anstalt, 1979, p. 79 (je souligne).
10. Herbert BAYER, "Werbephoto", cit. in Ute BRÜNING, "La typophoto", in *Photographie Bauhaus 1919-1933*, éd. Jeannine Fiedler, Paris, Éditions Carré/Berlin, Bauhaus Archiv, 1990, p. 214.
11. Prof. O.[Otto] MENTE, "Photographischer Selbstunterricht", *Offset-, Buch- und Werbekunst*, n° 8, numéro "Photographie", 1926, p. 457.
12. Les neuf membres fondateurs sont Willi Baumeister, Max Burchartz, Walter Dexel, Cesar Domela, Robert Michel, Kurt Schwitters, Georg Trump, Jan Tschichold et Friedrich Vordemberge-Gildewart, auxquels s'ajoutent, avant février 1929, Hans Leistikow, Paul Schuitema et Piet Zwart.
13. Renger-Patzsch est, dans cette perspective, spécialement favorisé puisqu'il est lié, par son travail même, qui va de la documentation patrimoniale à la publicité, aussi bien avec des historiens de l'art (dans son cas, le soutien très actif de Carl Georg Heise) qu'avec des graphistes en vue, que ce soit Johannes Molzahn (qui réalise son logo et son papier à lettres), Friedrich Vordemberge-Gildewart (qui s'occupe de la jaquette de *Die Welt ist schön*) ou encore Paul Renner.
14. Lettre de L. MOHOLY-NAGY à Sigfried Giedion, 13 décembre 1928 (Archives Giedion, Institut gta, École polytechnique de Zurich).
15. Gustav STOTZ, lettre à Hannah Höch, fin avril 1928, in *Hannah Höch. Eine Lebenscollage*, vol. 2 (1921-1945), section 2 (*Dokumente*), éd. Ralf Burmeister et Eckhard Füllus, Ostfildern-Ruit, Hatje, 1995, p. 315.
16. Cf. Olivier LUGON, " 'Kodakoration'. Photographie et scénographie d'exposition autour de 1900", *Études photographiques*, n° 16, mai 2005.
17. J. TSCHICHOLD, 1930, *op. cit.*, p. 125.
18. *Stuttgarter Tagblatt*, 18 mai 1929 [?], cit. in Karl STEINORTH, "Die Internationale Werkbundaussstellung 'Film und Foto' und ihre Organisatoren", in *Internationale Ausstellung des Deutschen Werkbunds Film und Foto Stuttgart 1929*, *op. cit.*, n. p.
19. Voir notamment Max BURCHARTZ, "Handschrift – Type Zeichnung – Foto", 1926, in "Max ist endlich auf dem richtigen Weg", Max Burchartz 1887-1961, éd. Jörg Stürzebecher, cat. exp., Deutscher Werkbund Francfort, Baden, Verlag Lars Müller, p. 57.
20. Rudolf JUNK, "Film und Foto", *Photographische Korrespondenz*, vol. 65, n° 8, août 1929, p. 230.
21. À en croire Beaumont Newhall, cette omniprésence de l'explication s'étendait chez Moholy-Nagy jusque dans la présentation informelle de ses images, comme il le raconte à propos d'une visite à Chicago : « Il me faisait passer en revue chacun des tirages, et ne cessait de parler, expliquant ce que nous devions y voir. Il n'y avait pour nous aucune possibilité de faire un commentaire. », Beaumont NEWHALL, *Focus. Memoirs of a Life in Photography*, Boston, Little, Brown, 1993, p. 63.
22. R. JUNK, *op. cit.*, p. 229.
23. "Neue Typographie in der Staatlichen Kunstbibliothek", *Das neue Berlin*, 1929, n° 6, p. 128, reproduit dans Christine KÜHN, *Neues Sehen in Berlin. Fotografie der Zwanziger Jahre*, cat. exp., Kunstbibliothek, Berlin, Staatliche Museen zu Berlin, 2005, p. 170.
24. Sur la photocomposition, voir Alan MARSHALL, *Du plomb à la lumière. La Lumitype-Photon et la naissance des industries graphiques modernes*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2003.
25. Sur l'Uhertype, voir Roger MÜNCH, "Die Anfänge der modernen Fotosatztechnik: Die Uhertype. Ein Forschungsbericht", *Gutenberg-Jahrbuch*, vol. 72, 1997, p. 206-219

AUTEUR

OLIVIER LUGON

Université de Lausanne